Planejamento de Campanha

Cliente: Consórcio Realiza – Lima & Oliveira

- **Problema principal de marketing**

O consórcio Realiza – Lima & Oliveira atua em Manaus á quatro anos no setor de consórcios e possui autorização do Banco Central do Brasil, trabalha de forma ágil, transparente e legal, buscando sempre a qualidade no atendimento e a satisfação plena de seus clientes. Contando com uma equipe de profissionais qualificados, especializados em proporcionar uma relação de confiança e segurança junto ao cliente, através de um trabalho comprometido e responsável. Porém ainda não investiram em campanhas de propaganda e divulgação para que o público-alvo conheça e perceba a empresa como referência de credibilidade e qualidade de atendimento personalizado. Visto que o objetivo principal do consórcio Realiza – Lima & Oliveira é transmitir credibilidade ao seu público - alvo a fim de atraí-los a realizar compras de cartas de crédito para que possam realizar o sonho de adquirir um bem próprio.

- **Objetivos de campanha de propaganda**

Os objetivos do planejamento de comunicação são:

- Transmitir a credibilidade da marca;

- Fortalecer imagem da marca junto ao target específico;

- Despertar o desejo de realizar o sonho de adquirir um bem próprio;

- Divulgar uma promoção sem estar preso à sazonalidade;

-Trazer interatividade junto ao consumidor;

- Acelerar as vendas e enfraquecer a ação da concorrência.

- **Posicionamento**

O valor da marca "CONSÓRCIO REALIZA - LIMA e OLIVEIRA" é formado por diversos pontos positivos que facilitam que os clientes possam adquirir seus sonhos de consumo, pois o crédito para o consórcio e até mesmo a comunicação da marca é facilitado para pessoas de pouco poder aquisitivo. Dessa forma pode-se definir o posicionamento da empresa como "ponte" entre pessoas e seus sonhos de adquirir um bem de valor, proporcionando segurança e credibilidade aos seus clientes "Quem sonha e acredita. Consórcio Realiza." Entretanto é importante frisar que um posicionamento não é um ato e sim um processo contínuo de persuasão para encorajar o consumidor a enxergar a marca como ela quer que ele enxergue.

- **Estratégia de propaganda**

Para atingir os objetivos do presente planejamento optou-se por desenvolver uma campanha institucional com o intuito de divulgar a empresa como um todo, conceituar e fixar sua imagem, transmitir credibilidade informando o seu segmento de atuação, objetivando e estabelecendo o reconhecimento da marca. E uma campanha promocional para trazer interatividade com o consumidor, além de divulgar produto tornando a marca reconhecida e levando o consumidor a ação de compra, para também acelerar as vendas e manter o contato direto com o publico alvo e bloquear a ação da concorrência.

Para desenvolver a campanha institucional, serão trabalhadas duas frentes:

A Credibilidade

A confiança dos clientes é um dos mais valiosos bens que as **pequenas empresas** podem ter. Com credibilidade no mercado, a imagem do negócio se espalha e fica mais fácil para o **empreendedor** crescer. Conquistar esta confiança, no entanto, não é fácil. Manter vendedores treinados e motivados é essencial para que os clientes sejam tratados de forma adequada, o que a Realiza já possui. Além disso, a atuação do dono com os consumidores e com a equipe precisa ser próxima para evitar problemas. O atendimento é a porta de entrada da empresa para todos os clientes, Para que uma empresa mereça credibilidade de seus clientes e, consequentemente do mercado, o serviço não pode deixar a desejar. Precisa superar as expectativas dos clientes ou, pelo menos, atender às suas necessidades.

O primeiro passo é dominar as especificidades dos itens comercializados. Entender bem como funciona o serviço é importante. Com um serviço de qualidade, os clientes voltam e fazem propaganda do seu negócio. Com um bom serviço e um bom atendimento, falta garantir a ideia de transparência e honestidade. O cliente quer sentir essa relação de autenticidade e transparência isso vale para negociações, vendas ou mesmo na comunicação da empresa. Os negócios criados com conceitos obscuros não se sustentam e ainda prejudicam a carreira do empreendedor.

Para obter este efeito foi escolhido o vídeo com depoimentos de contemplados como parte integrante da peça publicitária, onde serão expostos os depoimentos de clientes que foram contemplados no consórcio Realiza e conseguiram adquirir um bem próprio, realizando assim um sonho de vida. Estes vídeos serão exibidos dentro da empresa, na sala de recepção, nas redes sociais, Youtube e facebook e no Aplicativo da loja através da categoria “Depoimentos de Contemplados”.

A Realização de sonhos de Consumo.

A realização de **sonhos de consumo** requer das pessoas a capacidade de transformá-los em projetos. Aliado do planejamento financeiro, o consórcio é uma modalidade de crédito que permite poupar mesmo em tempos de crise, através de uma forma diferente: o grupo. Seus integrantes contribuem mensalmente com valor e prazo pré-determinado, destinado à formação de uma poupança comum. Com os recursos do grupo, os **sonhos de consumo** vão sendo realizados mediante contemplação, que pode acontecer por sorteio ou lance.

Tornar os sonhos realidade é o móbil de todo o ser humano. Não se pode escapar a este desejo incessante, que alimenta e que vive dentro das pessoas, que os empurram face à dificuldade, que injetam esperanças e permite eleva-los a si próprios. Sonhar acordado é uma enorme manifestação da capacidade do cérebro humano para projetar as ideias. A capacidade de imaginar, a capacidade de antever, de projetar e de simular cenários antes de serem reais, expressam o quão brilhantes são os seres humanos.

Partindo deste conceito foi decidido que a estratégia para estimular os consumidores a realizarem seus sonhos de consumo seria através das seguintes peças publicitárias:

- Banner digital
- Jingle consórcio Realiza
- Spot consórcio realiza.

Todos voltados para o conceito de propaganda institucional.

Para a realização da campanha promocional será utilizada uma modalidade:

Sorteio

É a modalidade de promoção comercial, na qual são emitidos, em séries de no máximo cem mil números, elementos sorteáveis numerados, distribuídos concomitantes, aleatória e equitativamente e cujos contemplados são definidos com base nos resultados das extrações da Loteria Federal ou com a combinação de números desses resultados. Nesta modalidade, a premiação deverá ser idêntica para cada série, quando emitida mais de uma para um mesmo período de participação.

A promoção realizar-se-á través do download do aplicativo da loja disponível para os sistemas operacionais Android e IOS, e também da realização de uma simulação de crédito para consórcio de automóveis, imóveis ou veículos pesados, o público estará participando de um sorteio de uma carta de crédito no valor de R$30.000,00. Através da realização da simulação de carta de crédito para qualquer um dos itens da categoria, será gerado um número de série, onde o participante estará sendo incluso no sorteio. Esta promoção é válida para clientes da loja e todas as pessoas que baixarem o aplicativo e simularem uma carta de crédito. A promoção tem validade de 30 dias iniciando no dia 10/06/2017 á 10/07/2017. O sorteio ocorrerá através de uma LIVE na página do Facebook da loja. O contemplado pelo sorteio receberá uma notificação em seu smartphone ou tablet, através do aplicativo da loja, com todas as instruções necessárias para a aquisição do prêmio. Para os clientes da loja participantes de grupos de consórcio, o prêmio poderá ser utilizado para fazer um lance na assembleia do mês de JULHO ou para quitar a sua carta de crédito. Para os não clientes poderão utilizar o prêmio para aquisição de um bem neste valor, ou dar de entrada em outro bem de sua preferência. Este prêmio só é válido para ser utilizado na loja representante CONSÓRCIO REALZA LIMA & OLIVEIRA. O sorteio da Promoção será realizado no dia 14/07/2017 e o prêmio será entregue no dia 17/07/2017. Caso o vencedor do sorteio não compareça para resgate do prémio. Será feito um novo sorteio no dia 21/072017 dentro dos mesmos procedimentos citados para a primeira fase.'

- **Canais de Comunicação**

Peças que serão usadas para a campanha institucional:

-Banner digital

-Vídeos de depoimentos de contemplados – Youtube e Canal interno da Loja

-Jingle e Spot para rádio.

-Aplicativo da loja

Peças que serão utilizadas para a campanha promocional:

-Banner digital - Facebook

-Aplicativo da Loja.

-Jingle para rádio.

- **Mercado alvo**

O perfil do consorciado participante do Sistema de Consórcios em Manaus mostra que a razão principal da compra de uma cota está na forma de aquisição parcelada de um bem ou serviço, que acrescida ao sentimento de poupar, determinam das decisões de participação em um grupo. Dividem-se entre investimento de compra programada e forma de aquisição para quem não pode comprar a vista.

As classes sociais, que formam o universo de consorciados, estão em maior presença nas classes A e B, mas indicam enorme potencialidade junto à classe C, que avaliam o Consórcio como um "bem de futuro", ou seja, como sendo um investimento que ajuda a planejar o futuro.

As mulheres e os jovens devem ser foco das ações do Sistema. As mulheres, que representam 45% da força de trabalho no país, já são compradoras de consórcio, mas ainda num volume baixo quando comparadas com os homens. E os jovens, que despertam para a possibilidade de adquirir um bem via um sistema com boa imagem das empresas que atuam no setor e com processo comercial mais adequado ao seu poder de compra e que já são maioria na compra de motocicletas.

Na faixa etária há predominância de consorciados nos automóveis e imóveis entre 30 e 39 anos. O público jovem – 20 a 29 anos – está mais presente nas motocicletas. Entre os compradores de cotas de caminhões está na faixa dos 40 a 50 anos. Desta forma conclui-se que consórcio significa futuro. Futuro pessoal e futuro familiar. Exemplo para as gerações seguintes.

- **Principais Concorrentes**

Com a expansão mercadológica no seguimento de consórcios, hoje Manaus conta com 21 empresas que oferecem estes serviços, tornando competitiva a visibilidade e o posicionamento das empresas locais, pois competem com empresas de consórcios nacionais e consolidados como Honda, Wolksvagem e Consórcio Rio Claro que possuem assessoria publicitária e de marketing digital, fazendo com que o consumidor dê preferência as empresas que possuem destaques midiáticos e que proporcionam a conveniência de acessos através de meios digitais.

	CONSÓRCIO HONDA	**CONSÓRCIOS WOLKSVAGEM**	**CONSÓRCIO PORTO SEGURO**
Características	Empresa de âmbito nacional 1 no seu segmento	Empresa de âmbito nacional 2 no seu seguimento	Empresa de âmbito regional 3 no seu seguimento
Imagem	Qualidade nacional, 1 seguimento	Qualidade nacional 2 seguimento	Qualidade nacional número 3 em seu seguimento
Preço médio de cartas de créditos	45.000	50,000	30,00
Temas de campanhas	Promoção Chegou a sua vez	Consórcio volksvagem #Chegouasuavez	Realizar seus sonhos nunca foi tão fácil
Posicionamento	Marca e serviços ocupam a mente dos consumidores	Marca e serviços ocupam a mente dos consumidores	Marca e serviços ocupam a mente dos consumidores
Tempo de existência	36 anos	61 anos	70 anos
Pontos de vendas	Em Manaus 11	Em Manaus 1	Em Manaus 3

- **Conceito criativo**

O anúncio é uma mensagem que visa exercer ação psicologia sobre receptores para conseguir deles uma mudança comportamental em relação ao objeto oferecido, sendo uma ideia produto ou um serviço.

A eficácia de qualquer anúncio depende do ajustamento de sua composição a três fatores, mercado receptor, veículos de comunicação e ao objeto da mensagem.

A propaganda é a arte de conquistar com palavras, por isso um anúncio bem escrito exerce sucesso sob esta tarefa. Partindo disso foi criada uma mensagem que se adequa nas características do cliente, nas informações que ele quer transmitir ao seu público-alvo e no resultado que ele deseja obter.

Redação Publicitária - campanha institucional:

Tema - "QUEM SONHA E ACREDITA, CONSÓRCIO REALIZA.".

Texto – Com o Consórcio Realiza, o cliente realiza o sonho de adquirir o imóvel, automóvel, ou caminhão próprio com inúmeras vantagens, benefícios e em condições acessíveis, além da garantia que a marca oferece.

Slogan: Empresa autorizada pelo banco central do Brasil.

Redação Publicitária - campanha promocional:

Tema: "PROMOÇÃO APLICATIVO DOS SONHOS"

Texto – Baixe o App e concorra a uma carta de crédito no valor de R$ 30.000.

- **Promessa ao consumidor**

-A marca oferece a garantia de ser autorizada pelo Banco Central do Brasil.

-Com o Consórcio Realiza, o cliente realiza o sonho de adquirir o imóvel, automóvel, ou caminhão próprio com inúmeras vantagens, benefícios e em condições acessíveis.

- **Justificativas**

Acessibilidade - o fácil acesso que o consumidor terá tanto a empresa quanto aos planos de consórcio, auto realização e aquisição de um bem de valor.
Confiabilidade - a certeza de estar entrando em um negócio de total transparência e credibilidade.

- **Exigências corporativas/ Organizacionais**

A empresa exigiu que fosse criada uma mensagem que se adequasse as suas características, nas informações que ela quer transmitir ao seu público-alvo e no resultado que ele deseja obter. Nos

deu liberdade para usarmos nossa criatividade para desenvolver o melhor conceito de mensagem e campanha para o seu empreendimento.

- **Justificativa**

Para atingir os objetivos de comunicação optou-se por desenvolver uma campanha institucional com o intuito de divulgar a empresa como um todo, conceituar e fixar sua imagem, transmitir credibilidade informando o seu segmento de atuação, objetivando e estabelecendo o reconhecimento da marca. Pois foi detectado a necessidade de posicionar a empresa no mercado e entrar na mente dos consumidores. E uma campanha promocional para trazer interatividade com o consumidor, para divulgar serviço, tornar a marca reconhecida e levar o consumidor a ação de compra, para também acelerar as vendas e manter o contato direto com o publico alvo e bloquear a ação da concorrência.

Amostra de Criações.

Criações para a campanha Institucional e Promocional.

1º Banner digital – Promocional



Relação linguagem/imagem

Função de ancoragem: pois a linguagem –Título - “Promoção Aplicativo dos sonhos” Texto - “Baixe o App e concorra a uma carta de crédito no valor de 30.000” completa o sentido da imagem (Balão de sonhos e um smartphone com a interface do aplicativo que contém a função de simulação de crédito). Também apresenta elementos que clarificam as dúvidas que poderiam surgir referentes à quais sistemas operacionais o aplicativo opera. Também possui a logo da empresa como marca registrada. Tipologia e cores que tem como referência as características de criação da visual da empresa, fazendo com que haja harmonia na peça. Âncora o sentido visando identificar os elementos da percepção denotativa icônica e evitar erros de identificação.

2º SPOT 30'' – REALIZA

Cliente: Consórcio Realiza Lima & Oliveira

Campanha: Quem sonha e acredita, consórcio Realiza.

Redatora: Ana Caroline de Ouro

Título: Realiza

Tema: Casal

Data: 06/ 06/2017

SINOPSE: A esposa comenta com seu marido sobre os seus desejos de conquistar seus sonhos de consumo, enquanto o marido escuta e incentiva dizendo "Realiza".

TEC	SOM DE PASSOS DO INÍCIO ATÉ 00:1 SEGUNDO
LOC1	AMOR/ SABE AQUELE CONDOMÍNIO ALI NA FRENTE?
TEC	DIA ENSOLARADO #1 – EFEITO SONORO – 00:2 SEGUNDOS Á 00:15SEGUNDOS
LOC2	HUM RUM//
LOC1	LÁ TEM UMA CASA TÃO LINDA/ 3 SUITES /VARANDA PANORÂMICA/ESPAÇO GOURMET/ E UMA PSCINA LINDA / AI/ MEU SONHO SABE//
LOC2	REALIZA//
LOC1	E AQUELA SUV QUE NÓS VIMOS NO SHOPPING? COMANDO POR VOZ/ CENTRAL MULTIMÍDIA/ BANCOS EM COURO/ NOSSA/ QUE SONHO!/

TEC NICOLAI HEIDAS – BACK IN SUMMER – MÚSICA FELIZ SEM DIREITOS AUTORAIS/ DE 00:15 SEGUNDOS ATÉ 00:30

LOC2 REALIZA//

LOC1 IMAGINA A GENTE MORANDO NAQUELA CASA COM AQUELE CARRÃO NA GARAGEM HEM?/ AH QUE INCRÍVEL/ ESSE É O MEU MAIOR SONHO!//

LOC2 REALIZA//

LOC3 ASSINA: CONSÓRCIO REALIZA, FAÇA UM CONSÓRCIO DE AUTOMÓVEL OU IMÓVEL E REALIZE OS SEUS SONHOS//

LOC 1- ANA CAROLINE DE OURO ARAÚJO

LOC 2- DENIS HENRIQUE

LOC 3- ANTOMAR BEZERRA.

2º Jingle 30'' - Consórcio Realiza

Letra: Ana Caroline de Ouro Araújo

Música: Ana Caroline de Ouro Araújo

Data: 20/05/2017

Se você tem um sonho e quer realizar

Consórcio Realiza pode te ajudar

A ter a casa dos sonhos e na garagem um carrão

Uma moto novinha ou um belo caminhão

Se você sonha e acredita pode realizar

Com o consórcio Realiza seu sonho conquistará.

Assinatura: Consórcio Realiza, Baixe nosso App e concorra a uma carta de crédito no valor de 30 mil reais. Quem sonha e acredita, consórcio realiza.

3º Banner digital - Institucional



Relação linguagem/imagem

Função de ancoragem: pois a linguagem – Título – "Quem sonha e acredita, Consórcio Realiza." completa o sentido da imagem. (Uma família sonhando em construir ou adquirir um lar, no caso uma casa, um imóvel). Da mesma maneira que a linguagem Texto – "Com o Consórcio Realiza, o cliente realiza o sonho de adquirir o imóvel, automóvel, ou caminhão próprio com inúmeras vantagens, benefícios e em condições acessíveis, além da garantia que a marca oferece.". se âncora o sentido de valorização institucional referindo – se a a uma casa. Linguagem – Slogan "Empresa autorizada pelo banco central do Brasil transmite credibilidade ao consumidor, e realização de sonhos". Elementos que transmitem e reforçam a credibilidade da marca.